

区域谈

解「碎片化」难题是提升城市韧性

前不久,中新天津生态城推出安全韧性城市指标体系,以33项任务与25个项目绘就详实施工图,为城市披上抵御风险的“隐形铠甲”。这一创新举措是当地建设安全韧性城市的一个积极探索。

今年7月举行的中央城市工作会议强调,着力建设安全可靠的韧性城市。韧性安全城市是指城市具有较强抗压、适应、恢复和可持续发展能力,能够预防和抵御内外多种风险冲击。随着城市规模持续扩张、人口加速聚集,极端天气频发与基础设施老化等风险不断叠加,城市系统的脆弱性日益凸显,提升城市韧性,筑牢民生安全屏障的迫切需求。

然而,当前韧性城市建设的推进之路,被“碎片化”治理拖累的整体响应效能。从管理层面看,风险应对涵盖抵御、适应与恢复3个阶段,必须实现跨部门、跨层级的协同作战。但条块分割导致规划、建设与运维彼此脱节,部门、辖区与职能严重错位,不仅延缓应急响应速度,更导致灾后重建中的资源浪费。从信息维度讲,短期应急处置与长期规划之间缺乏有效衔接,信息孤岛现象普遍存在。比如,极端天气来临时,若气象、交通、市政等数据无法互通,决策便如盲人摸象,难以精准破局。

破解“碎片化”难题,要坚持问题导向、系统观念,推动城市治理从被动应对转向主动防控,从单点建设迈向系统构建,具体可从三大路径发力。

首要之策是机制重塑,打通管理壁垒。当前韧性城市建设已进入深水区,要避免项目“拼盘化”,就必须打破条块分割,通过机制创新实现加强部门协同,为系统韧性提升提供制度保障。长远来看,还要多规合一,统筹需求冲突。“多规合一”绝非图纸的简单叠加,而是要通过统一空间基底、规划目标、技术标准和信息平台,从根本上克服部门利益和短期诉求的干扰,做好城市规划、建设、管理等全生命周期安全的顶层设计,加强韧性城市建设体制机制创新。

关键支撑是数据共享,破除信息孤岛。城市风险往往潜藏于分散的数据之中,打通数据链是精准决策的前提。需重点攻坚老旧基础设施互联、城中村数据补短板等关键任务,实现气象、交通、市政等多领域数据贯通,加强对城市运行管理服务状况的实时监测、动态分析、统筹协调、指挥监督和综合评价,推进城市运行管理服务“一网统管”,让城市从被动响应向主动自适应转型。

当前,韧性城市建设已在全国多点开花,但规划蓝图能否转化为现实图景,关键在于要清醒认识到:韧性城市不是孤立工程的堆砌,而是有机贯通、系统联动的重大治理工程。唯有坚持系统谋划、整体推进,才能真正筑起守护千家万户的“韧性长城”。

本版编辑 徐晓燕 美 编 夏 祎

守护绿水青山

浙江宁海 提升经济含“绿”量

近日,记者漫步在浙江省宁波市宁海县胡陈乡西翁村,洋芋主题村落的艺术气息与绿意溪流相映成趣,鸡犬相闻间勾勒出一幅田园诗画。

从“全国生态示范区”“国家生态县”到“国家生态文明建设示范区”和“绿水青山就是金山银山实践创新基地”,宁海成为浙江省第二个实现生态“大满贯”的县域,更在2024年跃升为全国“绿水青山就是金山银山”发展百强县榜首。经过二十年深耕,宁海突破单纯的环境治理框架,将生态资源转化为可量化、可交易、可增值的战略资本,通过“生态产业化、产业生态化”的双轮驱动,重新定义县域经济发展的深层逻辑。

山水变现

秋日的宁海西溪水库,青山叠翠,绿水微澜。9月21日清晨,发令枪响划破宁静,700余名跑者奔涌而出,穿梭于蜿蜒的盘山公路。这场“醉美西溪”10公里欢乐跑,不仅仅是奔跑,更是一种深度融合生态与体验的新型旅游形态。

这条镶嵌在山水间的跑道,背后是宁海建成的500公里国家级登山步道系统。自2009年建成以来,它如同一条绿色丝带,将散落的108座古村、18条溪涧和7座山峰有机串联,而步道生态经济彻底扭转了宁海“七山二水一分田”的资源劣势,在空间重构中变为“步步皆场景”的文旅新产品。如今,这条步道系统年接待游客300万人次,直接收入超过2亿元,带动农产品销售达6亿元,真正实现了“绿水青山”的量化增值。

宁海的“山水定价”之路,离不开系统化的治水策略。以“节水优先、空间均衡、系统治理、两手发力”为方针,创新推出厚植生态底色、提升休闲成色、融入文化特色的“三色治理”模式,构建安全、生态、休闲、景观四位一体的文旅新场景。梅林街道河洪村尤为典型。这个晃



溪畔的“长寿村”,早年关停养殖场、推行垃圾分类、建设慢行系统,实现了从环境治理到文旅融合的跨越。村民梁兰兰辞去城市工作,返乡创办“兰坊”,专售长寿糕、长寿面等特色产品。“现在的河洪村既能看见山水、记住乡愁,更能体验文旅融合的活力。”她感慨道。如今,村中涌现出多家咖啡馆、民宿与文化庭院,曾经闭塞的小村庄已成为青年返乡创业的热土。

在宁海,河洪村的变化不是个例。治理后的凫溪串联起酒香风潭村、艺术沙地村,形成乡村联动发展的示范带;中堡溪联动周边村庄探索出“卖桃子—卖桃花—卖生态”的三级跃升模式……去年,宁海全域旅游接待游客1095.6万人次,旅游收入94.7亿元,实现了从“默默无闻”到“全国县域旅游30强”的跨越。

制度创新 “环评专家竟成了我们的智囊团。”宁

波铭辉汽车零部件有限公司常务副总叶常青说,一算经济账,能为企业节约近百万元成本。日前,在宁波市生态环境局宁海分局,一场关于该公司“年产25万套汽车门板配件项目”环评评审会上,专家在技术评审中发现:企业生产流程冗余、设备过量。他们立即提出优化方案,建议精简设备、分区治理、升级工艺,帮助企业实现清洁生产 and 降本增效。

向“绿”而生,离不开体制机制的破壁与重塑。这项首创于宁海的“评审增值”服务,进一步拓展了“多评合一、打捆环评”改革成效,创新“容缺受理、并行审查”机制,使全县27个“千项万亿”重大项目环评提前审批率、服务好评审率达100%。

制度创新的裂变效应,正持续为区域生态资本“增值”。宁海充分运用市场机制激活生态资源,全年完成排污权交易131笔;健全生态保护补偿与价值实现机制,探索山林、湿地资源资产化路径;完成全省首笔“跨省”林业碳汇交易,推动省林业碳汇先行基地通过验收。

司法实践也为“绿水青山”保驾护航。宁海县检察院推出“生态修复+社区矫正”工作机制,将环境修复与社区矫正有机结合。2022年以来,已引导160余名涉案人员缴纳生态修复资金1700余万元,补种树木600余株。一名参加公益植树活动的社区矫正人员坦言:“破坏容易保护难,今后我要主动参与森林巡护,用亲身经历教育更多人。”

企业的绿色蝶变同样映射出制度服务的温度。走进位于宁海县科技园区的高格卫浴厂房,随处都能感受到“绿”意盎然。3个废气抽风设备,让废气中和过滤后达标排出;2套污水处理设施,把电镀废水经处理后分离出重金属回收利用;1套中水回用系统,实现污水循环利用率达70%。

从家庭作坊成长为宁波市四星级“绿色工厂”,高格卫浴的绿色发展之路,背后离不开宁海环保部门持续多年的精准服务:从审批验收的“店小二”模式到“环保管家”,从“环评云审批”到“网上中介超市”,宁海不断优化服务模式,为企业绿色

转型提供坚实支撑。

绿色引擎 “全面投运后,每年可节约标煤18万吨、减排二氧化碳36万吨。”5月份,国网新源浙江宁海抽水蓄能电站全面投产发电,浙江宁海抽水蓄能有限公司副总经理孟继慧说,该项目使宁波清洁能源上网占比从6.87%提升至7.37%。

抽水蓄能电站是宁海布局新能源产业的一个缩影。近年来,宁海县将新能源发展提升到战略高度,推动“能耗双控向碳排放双控”转变,聚焦光伏、氢能、水电、风电等重点领域,大力推动新能源项目开发,构建清洁低碳、安全高效的现代能源体系。今年,“绿色新能源+新型储能”上升为全县三大主赛道之一,将大力引育扶持光储潜力企业,积极出台相关产业政策,助力企业做大做强。

宁海的光伏产业始于2009年,是最早切入储能赛道的县域之一。随后数年,宁海密集出台近20项光储产业扶持政策,形成强有力的政策合力。2021年,宁海被列为浙江省整县推进分布式光伏开发试点,迅速掀起“全民光伏”热潮——渔光互补、农光互补项目遍布滩涂与农田,工业园区和各类建筑屋顶覆盖成片蓝色光伏板,蔚为壮观。截至目前,全县光伏装机容量已达93.08万千瓦。

新能源产业已成为宁海经济增长的重要引擎。2023年,宁海光储规上企业产值同比增长82.3%,拉动全县规模以上企业产值增长20.3个百分点,助推宁海晋级“GDP千亿县”。宁海县以“双碳”目标为引领,用好丰富的自然资源,加快风电光伏项目和新型储能项目建设,有序推广屋顶分布式光伏应用,加速能源结构低碳转型,如今,宁海经济的“含绿量”持续提升,近4年单位GDP能耗同比下降6.4%。

据介绍,下一步,宁海将紧扣“先进”与“新型”两大关键词,提升在先进光伏和新型储能全球发展格局中的位势与竞争力。

河南商丘打造特色产业集群

本报记者 夏先清 杨子佩

财政改革实施后,2022年直管县留用收入规模扩大,省级转移支付分配更加科学。当地还将22个开发区整合为11个省级开发区,全面推行“管委会+公司”模式。改革后,开发区工业投资增速达33.7%,新增规模以上企业数位居河南省前列。

在柘城县力量钻石研发中心,工程师张存生正在调试最新型号的六面顶压机。“我们的产品将迈向工业钻石领域。”张存生说,该县金刚石微粉产量占全国70%,年培育钻石产能突破20万克拉。

在宁陵县,在当地政府推动下,传统化肥产业向智慧农业延伸,建成5万亩智慧梨园示范工程。“水肥一体化系统能节水30%、增产15%。”国家梨产业体系岗位科学家、宁陵梨试验站站长杨健滑动智

能管控平台屏幕,全县梨园数据实时跳动。

全域联动,为乡村全面振兴注入新动能。商丘乡镇改革深入推进,全市167个乡镇完成管理体制机制改革,下沉编制4000余个,181项审批服务直达基层。在夏邑县曹集街道便民服务中心,河南古栗食品有限公司负责人李健正在办理扩建手续:“过去跑县城要3天,现在半天就能办妥。”

产业兴则乡村兴。虞城县稍岗镇依托钢卷尺产业,创新“特色产业+龙头企业+共富工坊”模式,带动86个村发展配套产业。“家家户户做尺子,一年能赚七八万元!”书店集村村民王运军在自家庭院加工尺盒,脸上洋溢着笑容。

鲁迅美术学院

IP设计与心理营销策略的创新实践

近年来,鲁迅美术学院在IP设计(知识产权设计)领域积极探索,创新融入心理营销相关策略,取得了明显成效。为了让IP形象走进师生的校园生活,强化IP形象的影响力和认可度,学院结合成立以来的历史,围绕校园文化符号、校园精神内核等诸多方面对全校师生进行了调查,并认真记录意见建议。经多次分析交流后,最终将校园IP设计定性为:既要体现学院特有的艺术韵味,又要体现厚重的历史内涵;既要保持一定的时尚度、亲和力,又要让师生形成情感连结,以此进一步强化师生对学校的认同感与归属感,并起到良好的社会宣传效果。

融入校园生活 强化IP形象的影响力

通过一系列创新实践,学院最终确定以“鲁艺小使者”作为校园IP品牌。“鲁艺小使者”IP外形为活泼可爱的卡通人物,身着一身白色中山装,右手紧握画笔,左手呈现出邀请的动作,既具备校园古典的艺术气息,又呈现出现代化的潮流趋势,是符合学院作为一所具有学院风的专业艺术类高校定位的形象,且能够满足年轻人对于艺术形象的IP

设计。

为了让IP形象走进师生的校园生活,学院积极把IP形象投入到校园生活的每一个角落。在每年的新学期开学典礼上,学院负责人给新生代表佩戴校徽,校徽上面就有一个“鲁艺小使者”,把新生迎进学校的同时,也把学院的文化一同传进校门。每年迎新季,学院都会提前准备一批印有“鲁艺小使者”IP形象的宣传海报,张贴在教学楼、宿舍楼、食堂等位置,让同学们时刻都处于校园IP的海洋。

此外,为了进一步强化IP形象的影响力,学院注重在组织校园活动中使用IP形象作为吉祥物。在迎新晚会上推出舞台剧“我是鲁艺小使者”、在中秋晚会上演出“鲁艺小使者”之歌。同时,在各类活动中结合IP形象开展各种互动游戏、设计一系列带有IP形象的纪念品,例如,在“校园文化节”期间举办“我是IP衍生”——以IP形象为主题的绘画比赛,得到了广大师生的热烈欢迎;推出多款带有IP形象的文创产品,如帆布包、笔记本、钥匙扣、木制拼图、小夜灯等,该系列产品受到了广大学生的喜爱并赢得了良好的社会反响。

与此同时,学院借助于“鲁艺IP形象设计大赛”“鲁艺IP形象表情包设计比赛”等活动,鼓励师生开拓思路、动脑创新,从而更好地活跃了校园文化气息以及带动了学院相关品牌的建设工作,充分调动了师生们的积极性和创造性,强化了IP形象的师生印象。

挖掘历史文化 传承塑造IP精神内核

鲁迅美术学院坐落于辽宁省沈阳市,是我国八大美术学院之一,先后被国家相关部门评为国家大学生文化素质教育基地、高等学校红色经典艺术教育示范基地,具有深厚的历史底蕴。为了将打造学院IP形象的工作落到实处,学院积极挖掘各类历史文化资源,作为IP精神内核的重要载体。

近年来,学院组织专家对学院的历史档案、老照片、校史资料等档案进行挖掘、整理,认真寻找老一辈人为此留下的抗战题材美术作品和具有时代代表性的场景画面;萃取学院老一辈名师苦学技艺的故事等素材,在此基础上结合本院的情况,打造出带有历史气质和时代气息的“鲁艺小使者”校园IP形象。

学院围绕历史文化相关的主题策划、推出了丰富多样的IP文化传播活动。一方面,举办“鲁艺精神传承与创新”IP文化展,将各个时期、各个学院的IP形象设计草案、设计过程等相关资料以及相关的图片、历史文献等,公开展示给师生和广大的社会群众,让他们了解IP设计背后的文化意蕴及设计理念;另一方面,组织开展“鲁艺精神与当代艺术”文化讲座暨研讨会,邀请校内外专家学者、知名校友等,就IP设计与学院文化传承、创新等问题开展研讨,并与教师、同学进行充分地交流互动,从而让学生和教师们体悟到新时代如何更好地继承和发展好学院文化。

跨界合作传播 放大IP影响力

作为新时代艺术先锋的鲁迅美术学院,始终坚持探寻更好的传播方式,拓展新媒体平台IP传播渠道。与中国文化传媒集团联合举办“2025中国文化和旅游IP授权系列活动重点地区IP授权交流会”,探讨未来文化产业发展的新方向和IP未来发展趋势。利用新媒体平台发布IP形象的图文和视频内容,开展线上互动活动。如“鲁艺IP形象设计大

赛”和“鲁艺IP形象表情包设计大赛”,进一步调动大家的参与积极性,拓展鲁艺IP形象的传播度和影响力。

学院不断探索跨界发展,把“鲁艺小使者”校园IP形象运用在更多领域。先后与山东美术馆等艺术展览机构联合举办“鲁艺IP形象艺术展”系列,尝试让学院形象IP和当代艺术创作相结合,并开发出深受年轻一代欢迎的校园IP衍生品,带给受众新鲜的视觉冲击。同企业和教育机构积极推进校企、校校间的合作,在艺术教育课程上运用“鲁艺小使者”校园IP形象,让IP形象带动艺术教育的发展,发挥一定积极作用。

鲁迅美术学院将心理营销策略运用于高校IP设计,构建出了鲁迅美术学院内涵厚重、个性十足的“鲁艺小使者”校园IP形象,并进一步发挥出其涵养校园关系、凝聚校园力量的作用。在后续工作中,学院将更进一步运用心理营销策略打造系列IP形象,在IP建设的新时代探索创新,充分发挥高校IP形象的影响力和感染力。

(白 莉)
· 广告